

Portrait

Fabien Versavau, patron de Rakuten France, ancien de l'ESC Clermont : "Soyez fondamentalement optimistes"

Publié le 05/10/2021 à 18h07



Le président et CEO de Rakuten France, Fabien Versavau, participera mercredi 6 octobre, à l'ESC Clermont Business School, à une conférence-débat. Photo © Ed Alcock / M.Y.O.P © locale

Fabien Versavau sera présent mercredi 6 octobre, à l'ESC de Clermont-Ferrand, en tant que parrain du Bachelor communication digitale & e-business. Le président et CEO de Rakuten France, lui-même passé par cette école, évoque son parcours, ses rencontres et prodigue quelques conseils.

Rakuten. Un site qui ne cesse de grignoter des parts dans le monde de l'e-commerce. Son président et CEO France, Fabien Versavau, a fait ses armes à l'ESC Clermont Business School. Et déjà, à l'époque, ce fils de fonctionnaires, issu de la deuxième génération d'immigrés espagnols des années 1930, affichait une passion pour le monde des affaires et des entreprises.

Originaire du sud-ouest, pourquoi avoir choisi d'étudier à l'ESC de Clermont-Ferrand ?

« J'ai été séduit par l'état d'esprit, la culture, la qualité du contenu pédagogique. À l'époque, il y avait quelque chose d'assez innovant : la possibilité de faire dix-huit mois en entreprise et l'obligation d'étudier ou d'acquérir une expérience professionnelle à l'étranger. Cela correspondait à ce qui me semblait être important dans un choix d'école. »

Vous avez ensuite débuté dans le milieu automobile...

« J'étais passionné par l'automobile depuis mon plus jeune âge. Et j'avais réussi, grâce à l'école, à trouver un stage au siège français de la société Ford Motor Company. En sortant de Clermont, ils m'ont proposé un job. »

« J'ai eu l'occasion de travailler dans la première équipe digitale de ce groupe pour l'Europe. Cela a été une découverte totale. Un révélateur. Cela faisait écho à un goût que j'avais pour le monde de la technologie. Et j'avais le sentiment que le digital allait révolutionner la manière dont on vivait, dont on communiquait, dont on faisait des affaires. »

Vous avez donc embrassé une nouvelle voie ?

« J'ai travaillé dans les premières sociétés de conseil en business digital. Il y avait un afflux massif de capitaux et d'investissements dans toutes les entreprises. J'ai eu la chance de participer à cela. Jusqu'à l'éclatement de la bulle, au deuxième semestre 2001. La défiance à l'égard du digital s'est emparée du monde des affaires. **Ce n'était pas que la vision était erronée sur son potentiel, mais il était peut-être encore un peu tôt pour pouvoir délivrer la promesse économique que les investisseurs attendaient.** J'ai ensuite évolué vers un cabinet de conseil plus généraliste en termes de stratégie. J'y ai découvert une diversité de savoir-faire. Cela a beaucoup déterminé le professionnel que j'allais devenir. »

Puis le digital a fait son retour sur le devant de la scène...

« Nous étions en 2005-2006. Les investisseurs sont revenus. J'avais environ 30 ans, j'avais gardé tout mon intérêt pour le digital. J'ai eu l'opportunité de rejoindre une start-up française qui s'appelait LeGuide.com, un des premiers comparateurs de prix. J'ai poursuivi au Figaro pour les activités e-commerce et digitales. »

Et depuis cinq ans, vous avez rejoint Rakuten...

« Rakuten (*né au Japon en 1997*) est le site spécialiste de l'intermédiation. Nous mettons en relation le plus grand nombre possible de commerçants, que ce soit de grandes enseignes ou des petits commerçants indépendants, avec notre communauté d'acheteurs. Aujourd'hui, je suis chargé de conduire son développement en France et en Europe de l'Ouest. »

« Chez Rakuten, dans l'équipe française, nous avons 26 nationalités, avec une moyenne d'âge d'un peu moins de 35 ans. Nous avons des gens qui ont des horizons, des compétences très variés. Ce mix est fascinant, passionnant. Ces jeunes gens m'apprennent énormément de choses au quotidien. »



(Photo © Ed Alcock / M.Y.O.P)

La défiance vis-à-vis de l'e-commerce s'est-elle atténuée ?

« Avant, les gens ne comprenaient pas bien les différents modèles sur internet. Aujourd'hui, le confinement nous a permis de nous rapprocher des petits commerçants, mais aussi de grandes enseignes. **Notre modèle a été testé et compris. Ils se rendent compte que nous sommes complémentaires et non concurrentiels.** »

Quel message souhaitez-vous faire passer aux jeunes de l'ESC Clermont Business School ?

« C'est un message d'optimisme et de confiance dans le progrès scientifique, économique, et dans la poursuite du développement de notre société industrielle, culturelle. Tous les gens autour de moi qui réussissent à apporter plus de richesse, plus de bien-être, plus d'intelligence, plus d'harmonie à la société, partout dans le monde, ont un trait de caractère en commun : **ils sont fondamentalement optimistes.** Ce sont des profils qui ont confiance dans la science, dans le progrès, qui sont résilients. C'est ce que j'ai appris, et c'est sur cet état d'esprit que j'ai beaucoup travaillé ces dix-quinze dernières années. »

« Tous ces jeunes qui embrassent des formations commerciales, business ou dans le digital doivent considérer qu'ils vont participer au développement de l'activité économique et au progrès de la société européenne. Qu'ils vont réussir à trouver et à inventer toutes les réponses aux défis qui sont face à eux. »

Conférence. Fabien Versavau participera, ce mercredi 6 octobre, à partir de 18 heures, à l'ESC Clermont Business School (4, boulevard Trudaine), à une conférence-débat intitulée « Marketplaces & Retailers traditionnels, acteurs du commerce de demain », en partenariat avec la French Tech Clermont Auvergne. Cette conférence est ouverte à tous. [Inscriptions sur le site de l'ESC.](#) Pass sanitaire obligatoire.

Marion Chavot